August 2003

Agri-Food Sector Profile[1] - Japan

THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE

Canadian Embassy in Japan
7-3-38 Akasak, Minato-ku
Tokyo, Japan 107-8503
Contact: Caroline Charette, Second Secretary and Trade Commissioner
Tel.: (81-3) 5412-6200
Fax: (81-3) 5412-6247
E-mail: tokyo.fn@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.infoexport.gc.ca/jp

MARKET OVERVIEW

As the world's largest net importer of agri-food products and with a population of nearly 128million people, Japan is a very lucrative market for Canadian exporters. A shortage of arable land--only 13% of Japan's 375000 square kilometres is cultivable--and increasing labour and production costs have led to Japan's growing dependency on agri-food imports. Domestic production focusses on the cultivation of rice, fruits and vegetables and the breeding of livestock. In 2002, Japan imported approximately 60% of food and beverage products, valuing in excess of $80billion[2]. Agri-food imports accounted for 15% of total imports to Japan.

Fish and seafood products (valued at $17.3billion) and meat/meat products (valued at $10.6billion) comprise the largest share of food imports, accounting for over one third of the total. Frozen fish and seafood account for nearly 60% of fish and seafood imports, and frozen pork accounts for over half of all meat imports to Japan. Other significant imported products include cereals such as maize, wheat and meslin, rice and barley, prepared fish, fish roe, prepared crustaceans and molluscs, and prepared meat.

Consumers typically pay high prices for quality products due to the high level of agri-food imports. However, consumption prices have dropped significantly in recent years, and many retailers now offer lower priced items that do not meet the high-quality standards traditionally expected by Japanese consumers. Nevertheless, food

expenditures in Japan still account for approximately 23% of household expenditures--significantly more than Canada's 10%. Over one fifth of food expenditures is spent on meat and seafood and another 17% is spent on fruits and vegetables. As Japanese lifestyles become increasingly busy, dining out has become a favoured option, accounting for 16% of food expenditures.

Japan has a highly developed food processing sector, valued at over $300billion. Alcoholic beverages is the largest segment of this market, with approximately 19% market share, followed by soft drinks, juices and water (15%). Total beverage imports fell nearly 2% in 2002, due to a sharp drop in wine imports. However, demand for non-alcoholic beer is expected to rise as a result of stringent road and traffic regulations regarding drunk driving implemented in April 2002. Furthermore, Canadian beverage exports remain strong, increasing by over 7% to $33million in 2002, due to a consistent increase in mineral water exports.

Other prominent segments in the processed foods sector include wheat flour and noodles (10%) and confectionery (10%). Sales of confectionery in Japan reached nearly 428000 tonnes in 2002 and are expected to grow almost 8% over the next five years. Manufacturers are targeting products to Japan's ageing population by expanding their product offerings to include low-fat and sugar-free confectionery products.

Market Trends

Current trends in the Japanese agri-food market have been influenced largely by shifting consumer demands. For instance, demand for convenience foods such as ready-to-eat meals are growing as the number of working families in Japan increase. In2002, the market for ready meals was estimated to have reached approximately $8billion, rising 16% since 1998. Forecasts indicate the market will experience marginal growth, reaching $8.3billion by 2007. Chilled ready meals were the largest segment accounting for 81% of the market, followed by frozen ready meals (13%), canned ready meals (3%), chilled pizza (2%) and frozen pizza (1%).

Health scares caused by cases of E Coli 0-157, spoiled dairy products and bovine spongiform encephalopathy (BSE) have heightened consumer's health consciousness of food products. Healthy lifestyles are more common among Japanese and food safety now overrides food quality in consumers' food selection criteria. As a result, demand for organic products is expected to continue to rise. Products that present good commercial potential include organic soybeans, frozen vegetables and fruits, and juice concentrates.

Japan's population is both ageing and becoming increasingly diverse. Consequently, consumers are acquiring a taste for foreign foods, particularly Italian, Korean and Thai cuisine. Furthermore, the market for nutraceuticals and functional foods are expected to grow. In 2001, the market value for functional foods was estimated at over $5billion, an 81% increase over 1999. Functional foods targeting the elderly was valued at almost $75million and is expected to reach close to $247million by 2005. Many food manufacturers are refocussing their marketing efforts and product lines to cater to the ageing population, which seeks convenient foods that provide health benefits.

For more detailed information about specific subsectors in Japan's agri-food market, visit the Department of Foreign Affairs and International Trade's[3] InfoExport Web site at http://www.infoexport.gc.ca/ie-en/SectorDetail.jsp?nid=560; Agriculture Canada's Agri-Food Trade Service On-Line, http://ats.agr.ca/info/asia-e.htm#Japan; and Japan External Trade Organization, http://www.jetro.go.jp/ec/e/market/index.html#category1.

OPPORTUNITIES

Japan's significant dependency on agri-food imports represents enormous opportunities for Canadian food and beverage suppliers. There is good potential for

export growth in an almost limitless range of consumer food items, including cereal-based products, meats, organic food products, processed fruits and vegetables, fish products, multi-ingredient foods, and non-alcoholic and alcoholic beverages. Japanese consumers will pay high prices for quality products and are often swayed by effective branding and packaging. Canadian exporters should thoroughly research the regions in Japan they plan to target, as consumer preferences will differ in each region.

Japanese food manufacturers of *bento* (lunch boxes), gift items, soups, school lunches, beverage products, desserts and snacks are continuously looking to diversify their supplier contacts of existing products as well as food ingredients to develop new products for the Japanese market. Opportunities exist for the supply of meat, vegetables, fruits, berries, confectioneries, juice concentrates, purées, herbs, seasonings, noodles, seafood, and a host of other products in fresh, canned, frozen, dried or freeze-dried form.

Canadian producers of products that respond to Japan's consumer trends will find a very receptive market. Healthy and/or low-fat foods such as blueberries, cheese and vitamin-fortified milk products have become very popular in Japan, while lesser-known items such as cranberry and saskatoon berry products are attracting interest.

Canadian companies will also find good opportunities in the supply of low-calorie ready meals, prepared ethnic foods, and frozen fruits and vegetables.

Targeting Japan's ageing population is also a good strategy for entering its agri-food market. Opportunities exist for research and development partnerships for the development of functional foods and nutraceuticals, as well as for bio-medical and bio-health products, bio-energy, bio-materials and bio-services. Ingredients that present good market potential in the health-related segment include dietary fibre, oligosaccharides, non-cariogenic sweeteners, calcium, iron, mineral absorption promoters, beta-carotene, chitosan, specified soy protein, collagen, polyphenos, lactic acid bacteria cultures and soy iso-flavones.

Trade Shows

Event	Description
International Food Ingredient and Additives (IFIA) Japan 2003 June 11-13, 2003 (Annual) Tokyo International Exhibition Center Tokyo, Japan	**E.J. Krause & Associates, Inc.** 6550 Rock Spring Dr., Suite 500 Bethesda, MD 20817 Tel.: (301) 493-5500 Fax: (301) 493-5705 E-mail: info@jkrause.com Internet: http://www.ejkrause.com/ifiajapan/
Japan International Seafood & Technology Expo July 16-18, 2003 (Annual) Tokyo International Seafood & Technology Expo Tokyo, Japan	**Japan Fisheries Association** Sankaido Bldg., 9-13 Akasaka 1, Minato-Ku Tokyo 107, Japan Tel.: (81-3) 3585-6681 Fax: (81-3) 3582-2337 Internet: http://www.suisankai.or.jp
Hoteres & Foodex Kansai 2003 November 19-21, 2003 (Biennial) INTEX Osaka, Osaka City, Japan	**Japan Management Association (Osaka Branch)** Osaka Kokusai Bldg., 28F 2-3-13 Azuchi-machi Chuo-ku, Osaka 541-0052, Japan Tel.: (81-6) 6261-7151 Fax: (81-6) 6261-5852

E-mail: hfk@convention.jma.or.jp
Internet:
http://www.jma.or.jp/hfk/en/index.html

Health Ingredients Japan 2003
October 7-9, 2003 (Annual)
Tokyo International Exhibition Center
Tokyo, Japan

CMP Japan Co., Ltd.
Kanda 91 Bldg., 1-8-3
Kaji-cho, Chiyoda-ku'
Tokyo, 101-0044, Japan
Tel.: (81-3) 5296-1020
Fax: (81-3) 5296-1018
E-mail: info@cmpjapan.com
Internet: http://www.hijapan.info

Foodex Japan 2004
March 9-12, 2004 (Annual)
Makuhari Messe (Nippori Convention Centre)
Chiba City, Japan

Japan Management Association
3-1-22 Shiba Koen Minato-ku
Tokyo, Japan 105-8522
Tel.: (81-3) 3434-3453
Fax: (81-3) 3434-8076
E-mail: foodex@convention.jma.or.jp
Internet: http://www2.jma.or.jp/foodex/en

SIAL China 2004
March 30-April 1, 2004 (Annual)
Shanghai New International Expo Centre
Shanghai, China

Exposium North America
c/o IMEX Management Inc.
505 East Boulevard, Suite 200
Charlotte, NC 28203
Tel.: (704) 365-0041
Fax: (704) 365-8426
Internet: http://www.sialchina.com

KEY PARTICIPANTS

All of the top 20 food processors in Japan are locally owned, except Swiss-owned Néstle Japan. Kirin Brewery Co., a manufacturer of beer, soft drinks, liquor and functional foods, leads the top 20, followed by Suntory Ltd., a manufacturer of beverages including wine, liquor, beer, and soft drinks, Asahi Breweries Ltd. and Sapporo Breweries. Nippon Meat Packers Ltd. and Itoham Foods Inc. are prominent manufacturers of meat products. Examples of key manufacturers of frozen and canned food, confectionery and instant noodles include Nichirei Corp., Nippon Suisan KaishaLtd., Meiji Seika Kaisha Ltd. and Nisshin Foods.

As a net importer of agri-food products, Japan relies on foreign suppliers to ensure the reliable provision of important food products. For instance, neighbouring Asian countries are major suppliers of fresh fruits and vegetables to Japan; Southeast Asia and China together account for 27% of total imports. The United States is a major competitor to Canada as the largest single supplier of agri-food imports, with almost 29% of market share. As a major provider of beef as well as fruits and vegetables, Australia is also a key competitor to Canada--it is the third largest single supplier of food products (behind China) with just over 6% market share.

Canadian Position

Canada is also a significant player in the Japanese market as the fourth-largest supplier of agri-food products, behind the United States, China, and Australia. Japan is Canada's second-largest agricultural export market accounting for more than 35% of Canada's food exports. In 2002, Japan imported approximately $4.4billion of Canadian agri-food products, a 10% increase over 2000. Canadian imports accounted for close to 6% of Japan's total agri-food imports.

Canadian suppliers have been particularly successful in the export of pork, fish products, cereal and cereal products, malt barley and canola. Japanese imports of

Canadian meat and fishery products amounted to just over $2.2billion in 2002, of which nearly 60% was in pork products. Canada is one of Japan's main cereals suppliers as well as Japan's sole supplier of durum wheat; total wheat exports amounted to approximately 1.5million tonnes in 2002. Canada is also a significant supplier of Japan's malt barley and canola supply, providing 50% (worth $1.8million) and 80% (worth $600million) of Japanese imports respectively. Furthermore, Canada supplies high quality barley used in the production of the ubiquitous Japanese barley tea.

As Japanese buyers are highly concerned with food safety, Canadian companies may benefit from references to Canada's Agricultural Policy Framework, which clearly addresses food safety as a priority.

PRIVATE-SECTOR CUSTOMERS

Although the Japanese agri-food market is open for competition, Canadian exporters should be aware of the high tariffs applied to most imports of raw material and value-added processed foods.

The Japanese food distribution system is characterized by multiple layers of distributors and wholesalers--many of whom specialize in certain products--who have developed close relationships with manufacturers, retailers, importers and other wholesalers. Specialized distributors typically handle competing product lines and some or all promotional activities. Depending on the specific agreement, distributors and wholesalers may also oversee customer support.

Recently, new distribution models have been emerging in Japan. Both retailers and the food service industry are targeting the distribution system as a place where cost can be reduced, in an effort to reduce prices to consumers. Many companies have started importing directly or are looking at reducing the number of intermediates between the producer and the consumer. This trend will likely be accentuated as more foreign retailers such as Wal-Mart, Costco and the European mega chain Carrefour increase their presence and market shares in Japan.

Nevertheless, choosing the appropriate wholesaler or distributor is still a crucial step in accessing the Japanese market. Working closely with a Japanese partner helps to ensure that a product meets all regulations, standards and quality conditions, which is essential to operating successfully in Japan. Producers are expected to communicate frequently with their distributor or wholesaler, which includes, generally, taking one or more trips a year to Japan. A lack of correspondence is generally interpreted as evidence of a lack of commitment and inevitably leads to miscommunication and a loss of interest by the client. Good communication from the supplier often determines how much effort a distributor or wholesaler will put toward promoting that supplier's products.

Canadian exporters with established and efficient delivery logistics will find themselves at an advantage. Many Japanese retailers typically have a limited storage capacity and require multiple deliveries. Furthermore, while import licences are not always necessary for most products, licences are required for mackerel, squid, milk powder, butter, whey, leather, rice, wheat, rice flour and food preparations of flour.

Imported food products require certification from the Japanese Ministry of Health, Labour and Welfare (MHLW) before sale in the Japanese market. Different varieties of the same product all must be certified individually. To avoid unnecessary delays or expenses upon the products' arrival in Japan, Canadian exporters can have their products certified by a MHLW-approved laboratory in Canada before shipment. A list of ingredients as well as a brief description of the manufacturing process must be included with the product(s) when they are submitted to the lab.

Furthermore, the Japanese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) requires certain certificates for quarantine inspection of fresh products such as meat and vegetables (including frozen meat and vegetables). Exporters should consult

MAFF or the Japan External Trade Organization to ensure that all necessary certificates are included in any shipment.

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Canadian Contacts

Canadian Embassy in Japan
7-3-38 Akasak, Minato-ku
Tokyo, Japan 107-8503
Contact: Caroline Charette, Trade Commissioner
Tel.: (81-3) 5412-6200
Fax: (81-3) 5412-6247
E-mail: tokyo.fn@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.infoexport.gc.ca/jp

Consulate General of Canada in Osaka
Daisan Shoho Bldg., 12th Floor
2-2-3 Nishi-Shinsaibashi, Chuo-ku
Osaka, Japan 542-0086
Contact: Toshihisa Seki, Commercial Officer
Tel.: (81-6) 6212-4910
Fax: (81-6) 6212-4914
E-mail: osaka-td@dfait-maeci.gc.ca

Consulate of Canada in Fukuoka
Chuo-ku FT Bldg., 9th Floor
4-8-28 Watanabe Dori
Fukuoka, Fukuoka-ken, Japan 810-0004
Contact: Josiane Simon, Trade Commissioner
Tel.: (81-92) 752-6055
Fax: (81-92) 752-6077
E-mail: josiane.simon@dfait-maeci.gc.ca

Consulate of Canada in Nagoya
Nakato Marunouchi Bldg., 6th floor
3-17-6 Marunouchi, Naka-Ku, Nagoya-Shi
Aichi Prefecture, Japan 460-0002
Contact: Jeff Kucharski, Trade Commissioner
Tel.: (81-52) 972-0450
Fax: (81-52) 972-0453
E-mail: jeff.kucharski@dfait-maeci.gc.ca

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC)
International Markets Bureau
930 Carling Avenue
Ottawa ON K1A OC5
Contact: Anne-Michelle Bareil, Senior International Market Development Officer
Tel.: (613) 759-6158
Fax: (613) 759-7506
E-mail: bareila@agr.gc.ca
Internet: http://www.agr.gc.ca

Canadian Food Inspection Agency (CFIA)
59 Camelot Dr.
Ottawa, ON K1A 0Y9
Tel.: (613) 225-2342
Fax: (613) 228-6125
E-mail: cfiamaster@inspection.gc.ca
Internet: http://www.cfia-acia.agr.ca

Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT)
125 Sussex Dr.
Ottawa, ON K1A 0G2
Internet: http://www.dfait-maeci.gc.ca

International Business Opportunities Centre (IBOC)
Tel.: (613) 944-6000
Fax: (613) 996-2635
E-mail: iboc@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.iboc.gc.ca

Japan Division (PJP)
Contact: Robert Lazariuk, Trade Commissioner
Tel.: (613) 992-6185
Fax: (613) 944-2397
E-mail: robert.lazariuk@dfait-maeci.gc.ca

Market Support Division (TCM)
Contact: Richard Philippe, Trade Commissioner
Tel.: (613) 995-1773
Fax: (613) 943-1103
E-mail: richard.philippe@dfait-maeci.gc.ca

Contact: Jennifer Gowan, International Market Analyst
Tel.: (613) 996-1835
Fax: (613) 943-1103
E-mail: jennifer.gowan@dfait-maeci.gc.ca

Export Development Canada (EDC)
151 O'Connor St.
Ottawa, ON K1A 1K3
Tel.: (800) 850-9626 or (613) 598-2500
Fax: (613) 237-2690
E-mail: export@edc4.edc.ca
Internet: http://www.edc-see.ca

Japanese Contacts

Embassy of Japan in Canada
255 Sussex Dr.
Ottawa, ON K1N 9E6
Tel.: (613) 241-8541
Fax: (613) 241-2232
E-mail: consul@embjapan.ca
Internet: http://www.ca.emb-japan.go.jp

Japan External Trade Organization (JETRO)
JETRO Headquarters
2-5 Toranomon 2-chome
Minato-ku, Tokyo 105-8466
Tel.: (81-3) 3582-5511
Fax: (81-3) 3587-0219
Internet: http://www.jetro.go.jp

JETRO Offices in Canada
JETRO in AAFC Ontario Regional Office
Guelph, ON
Contact: Takashi Harada, Senior Trade Advisor
Tel.: (519) 837-5868
Fax: (519) 837-9782
E-mail: haradat@agr.gc.ca

JETRO in Montreal
1 Ville Marie Place, Suite 1506
Montreal, QC H3B 2B5
Tel.: (514) 879-5617
Fax: (514) 879-5618

JETRO cont'd.
JETRO in Toronto
181 University Ave., Suite 1600
Toronto, ON M5H 3M7
Tel.: (416) 861-0000
Fax: (416) 861-9666

JETRO in Vancouver
World Trade Centre
660-999 Canada Place
Vancouver, BC V6C 3E1
Tel.: (604) 684-4174
Fax: (614) 684-6877

Japanese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku
Tokyo, Japan 100-8950
Tel.: (81-3) 3591-2874
Fax: (81-3) 3501-3720
Internet: http://www.maff.go.jp

Ministry of Health, Labour and Welfare
1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku
Tokyo, 100-8916 Japan
Tel.: (81-3) 5253-1111
E-mail: www-admin@mhlw.go.jp
Internet: http://www.mhlw.go.jp

BIBLIOGRAPHY

Agriculture and Agri-Food Canada. "Japan Agri-Food Country Profile," February 2003. Downloaded from **http://atn-riae.agr.ca/asia/e2982.htm** on June 30, 2003.

------. "Ministers of Agriculture announce $460Million in Assistance for Cattle Industry, " June18,2003. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/cb/news/2003/n30618ae.html** on July16, 2003.

Department of Foreign Affairs and International Trade. "The Ingredients and Additives Market in Japan," August 2001. Downloaded from **http://www.infoexport.gc.ca/ie-en/DisplayDocument.jsp?did=6072** on July 7, 2003.

Euromonitor. *The Market for Packaged Food in Japan--Introduction, Executive Summary, Market Background, Packaged Food and Confectionery*. February 2003.

------. *The Market for Package Food in Japan--Snack Bars, Meal Replacement Drinks, Ready Meals, Soup, Pasta, Noodles, Canned Foods*. February 2003.

United States Department of Agriculture. *Foreign Agricultural Service GAIN Report*. "Japan Market Brief for Japanese Food Processing Sector," February 2003. Downloaded from **http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200302/145884734.pdf** on June 30, 2003.

World Trade Atlas. "Japan Imports from the World," *Japan Customs*. 2002.

USEFUL INTERNET SITES

Agriculture and Agri-Food On-line:
http://www.agr.gc.ca

Agri-Food Trade Service:
http://ats.agr.ca/general/home-e.htm

Department of Foreign Affairs and International Trade:
http://www.dfait-maeci.gc.ca

Department of Foreign Affairs and International Trade. Ni-Ka On-line (information on Canada-Japan relations):
http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka

ExportSource:
http://exportsource.ca

Food Industry Japan:
http://www.foodindustryjapan.com

InfoExport:
http://www.infoexport.gc.ca

Japan External Trade Organization (JETRO):
http://www.jetro.go.jp

Japan Information Network. Statistics:
http://www.jinjapan.org/stat

Japan Ministry of Foreign Affairs:
http://www.mofa.go.jp

Ministry of Economy, Trade and Industry:
http://www.meti.go.jp

Strategis:
http://strategis.gc.ca

---

1. The Government of Canada has prepared this Country Sector Profile based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this document, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

2. All monetary amounts are expressed in Canadian dollars unless otherwise indicated. The conversion rate to Canadian dollars is based on IDD Information Services, *Tradeline*, June 2003.

3. For contact information regarding key organizations mentioned in this report, see **Key Contacts and Support Services**.

Is this site for you? | Our Commitment
Our Market Reports and our Services Abroad by Industry, by Country
Link to Other Services

Last Updated:
2003/09/09

Top of Page

Important Notices

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Août 2003

Profil du secteur de l'agroalimentaire[1] - Japon

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Ambassade du Canada au Japon
7-3-38 Akasak, Minato-ku
Tokyo, Japan 107-8503
Contact : Caroline Charette, deuxième secrétaire et déléguée commerciale
Tél. : (81-3) 5412-6200
Téléc. : (81-3) 5412-6247
Courriel : tokyo.fn@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.infoexport.gc.ca/jp

APERÇU DU MARCHÉ

Le Japon, qui est le plus grand importateur net de produits agroalimentaires du monde et qui compte une population de près de 128 millions d'habitants, constitue un marché très lucratif pour les exportateurs canadiens. Une pénurie de terres arables - seulement 13% de la superficie de 375000 de kilomètres carrés sont cultivables - et l'accroissement des coûts de main-d'oeuvre et de production ont entraîné une dépendance accrue du Japon à l'égard des importations agroalimentaires. La production intérieure est axée sur la culture du riz, des fruits et des légumes et la production de bétail. En 2002, le Japon a importé environ 60% de ses aliments et boissons, pour une valeur de 80milliards $[2]. Les importations agroalimentaires ont représenté 15% de toutes les importations du Japon.

Les importations de poisson et de produits de la mer (d'une valeur de 17,3milliards$) et de viandes et de produits de viande (d'une valeur de 10,6milliards$) forment la plus grande part des importations alimentaires, soit plus du tiers du total. Le poisson et les produits de la mer surgelés correspondent à près de 60% des importations de poisson et de produits de la mer, tandis que le porc surgelé représente plus de la moitié de toutes les importations de viande. Les autres principaux produits importés incluent les céréales, comme le maïs, le blé, le méteil, le riz et l'orge, le poisson préparé, les oeufs de poisson, les crustacés et mollusques préparés et les viandes préparées.

Les consommateurs paient normalement des prix élevés pour des produits de

qualité en raison du volume élevé d'importations agroalimentaires. Toutefois, les prix à la consommation ont beaucoup baissé ces dernières années, et de nombreux détaillants offrent maintenant des articles moins chers qui ne satisfont pas aux normes de qualité élevée auxquelles s'attendent traditionnellement les consommateurs japonais. Néanmoins, les dépenses alimentaires au Japon correspondent toujours à environ 23% des dépenses des ménages, soit une proportion beaucoup plus élevée que celle de 10 % enregistrée au Canada. Plus du cinquième des dépenses alimentaires est destiné à la viande et aux produits de la mer, tandis que 17% sont consacrés aux fruits et légumes. Vu le caractère de plus en plus trépidant de leur mode de vie, les Japonais prennent davantage de repas au restaurant, qui correspondent à 16% des dépenses au chapitre de l'alimentation.

Le Japon compte un secteur très évolué de la transformation des aliments, évalué à plus de 300milliards$. Les boissons alcoolisées en constituent le plus gros segment, soit environ 19%, suivi des boissons gazeuses, des jus et de l'eau (15%). En 2002, les importations totales de boissons ont diminué de près de 2% à cause d'une baisse brusque des importations de vin. Toutefois, la demande de bière non alcoolisée devrait augmenter en raison du resserrement des règlements sur la conduite avec facultés affaiblies, qui sont entrés en vigueur en avril 2002. De plus, les exportations de boissons canadiennes demeurent fermes; elles ont en effet augmenté de plus de 7% pour atteindre 33millions$ en 2002 en raison d'une augmentation constante des exportations d'eau minérale.

Les autres segments importants du secteur des aliments transformés incluent la farine de blé et les nouilles (10%) et la confiserie (10%). En 2002, les ventes de confiserie ont atteint près de 428000 tonnes au Japon et elles devraient augmenter d'environ 8% au cours des cinq prochaines années. Les fabricants ciblent la population vieillissante du Japon en offrant des produits de confiserie sans sucre et à faible teneur en gras.

Tendances du marché

Les tendances actuelles sur le marché agroalimentaire japonais ont été largement influencées par la transformation de la demande des consommateurs. Ainsi, la demande d'aliments cuisinés, comme des repas prêts à manger, croît avec l'augmentation du nombre de familles où les deux conjoints travaillent à l'extérieur. En 2002, le marché de ces repas aurait atteint une valeur approximative de 8milliards$, ayant progressé de 16% depuis 1998. D'après les prévisions, le marché connaîtra une croissance marginale et atteindra une valeur de 8,3milliards d'ici 2007. Les repas prêts à manger réfrigérés constituaient le segment le plus important, soit 81% du marché, suivi des repas prêts à manger surgelés (13 %) et en conserve (3%), de la pizza réfrigérée (2%) et de la pizza surgelée (1%).

Les menaces qu'ont représentées les cas de colibacille 0-157, les produits laitiers avariés et l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) ont sensibilisé les consommateurs à l'importance de la salubrité des aliments. Les Japonais optent maintenant davantage pour un mode de vie sain, et la salubrité des aliments l'emporte sur la qualité parmi les critères de sélection des aliments des consommateurs. On s'attend par conséquent à un accroissement de la demande des produits organiques. Ceux qui représentent un bon potentiel commercial incluent le soja, les légumes et fruits surgelés et les concentrés de jus.

La population du Japon vieillit et se diversifie. Les consommateurs acquièrent par conséquent un goût pour les aliments étrangers, notamment italiens, coréens et thaïlandais. En outre, le marché des aliments fonctionnels devrait prendre de plus en plus d'importance. En 2001, sa valeur estimative dépassait 5 milliards $, soit 81 % de plus qu'en 1999. La valeur des aliments fonctionnels destinés aux personnes âgées serait de l'ordre de 75 millions $ et atteindrait près de 247 millions $ d'ici 2005. De nombreux fabricants de produits alimentaires restructurent leurs démarches de commercialisation et leurs gammes de produits pour répondre aux besoins de la population âgée, dont les membres recherchent des aliments à la fois pratiques et sains.

On trouvera de plus amples renseignements au sujet de sous-secteurs spécifiques du marché agroalimentaire japonais au site InfoExport du ministère des Affaires

étrangères et du Commerce international[3] à http://www.infoexport.gc.ca/ie-en/SectorDetail.jsp?nid=560; celui du Service d'exportation agroalimentaire en ligne d'Agriculture Canada à http://ats.agr.ca/info/asia-e.htm#Japan et celui de l'Organisation japonaise du commerce extérieur (JETRO), à http://www.jetro.go.jp/ec/e/market/index.html#category1.

DÉBOUCHÉS

La grande dépendance du Japon à l'égard des importations agroalimentaires crée d'énormes débouchés pour les fournisseurs canadiens d'aliments et de boissons. Il existe un potentiel intéressant de croissance des exportations dans une gamme presque illimitée de produits alimentaires de consommation, y compris les produits à base de céréales, les viandes, les produits organiques, les fruits et légumes transformés, les produits du poisson, les aliment à ingrédients multiples et les boissons alcoolisées et non alcoolisées. Les consommateurs japonais sont prêts à mettre le plein prix pour obtenir des produits de qualité et sont souvent séduits par des marques et un conditionnement efficaces. Les exportateurs canadiens devraient faire une recherche approfondie sur les régions du Japon qu'ils comptent cibler étant donné que les préférences des consommateurs varient selon la région.

Les fabricants japonais de *bento* (boîtes à déjeuner), d'articles de cadeau, de soupes, de déjeuners scolaires, de boissons, de desserts et de collations cherchent toujours à diversifier leurs listes de fournisseurs et ingrédients pour créer de nouveaux produits destinés au marché japonais. Il existe des possibilités en ce qui concerne la fourniture de viande, de légumes, de fruits, de baies, de confiserie, de concentrés de jus, de purées, de fines herbes, d'assaisonnements, de nouilles, de produits de la mer et d'une foule d'autres produits frais, en conserve, surgelés, séchés ou lyophilisés.

Les producteurs canadiens dont les produits correspondent aux tendances de consommation japonaises trouveront un marché très réceptif. Les aliments sains ou à faible teneur en gras, comme les bleuets, le fromage et les produits laitiers enrichis en vitamines, sont devenus très populaires au Japon, tandis que les articles moins connus comme les produits à base de canneberges et d'amélanchiers suscitent de l'intérêt. Les sociétés canadiennes constateront aussi des débouchés intéressants dans la fourniture de repas tout prêts basses calories, les aliments ethniques préparés et les fruits et légumes surgelés.

Une autre bonne stratégie pour pénétrer le marché agroalimentaire du Japon consiste à cibler la population vieillissante de ce pays. Il existe des possibilités de forger des partenariats de recherche-développement pour la création d'aliments fonctionnels et de produits biomédicaux, de biosanté, de bio-énergie et de bioservices. Les ingrédients qui offrent un bon potentiel de marché dans le segment de la santé incluent les fibres alimentaires, les oligosaccharides, les édulcorants non-cariogènes, le calcium, le fer, les agents promoteurs de l'absorption de minéraux, le bêta-carotène, le chitosan, certaines protéines du soja, le collagène, les polyphénols, les cultures de bactéries lactiques et les isoflavones de soja.

Foires commerciales

Événements	Description
International Food Ingredient and Additives (IFIA) Japan 2003 (Exposition internationale sur les ingrédients et additifs alimentaires) 11-13 juin 2003 (Annuel) Tokyo International Exhibition Center Tokyo, Japan	**E.J. Krause & Associates, Inc.** 6550 Rock Spring Dr., Suite 500 Bethesda, MD 20817 Tél. : (301) 493-5500 Téléc. : (301) 493-5705 Courriel : info@jkrause.com Internet : http://www.ejkrause.com/ifiajapan/
Japan International Seafood &	**Japan Fisheries Association**

Technology Expo (Exposition internationale des produits de la mer et de la technologie du Japon) 16-18 juillet 2003 (Annuel) Tokyo International Seafood & Technology Expo (Exposition internationale des produits de la mer et de la technologie de Tokyo) Tokyo, Japan	(Association des pêches du Japon) Sankaido Bldg., 9-13 Akasaka 1, Minato-Ku Tokyo 107, Japan Tél. : (81-3) 3585-6681 Téléc. : (81-3) 3582-2337 Internet : http://www.suisankai.or.jp
Hoteres & Foodex Kansai 2003 19-21 novembre 2003 (Biennal) INTEX Osaka, Osaka City, Japan	**Japan Management Association (Osaka Branch)** (Association de la gestion du Japon - Section d'Osaka) Osaka Kokusai Bldg., 28F 2-3-13 Azuchi-machi Chuo-ku, Osaka 541-0052, Japan Tél. : (81-6) 6261-7151 Téléc. : (81-6) 6261-5852 Courriel : hfk@convention.jma.or.jp Internet : http://www.jma.or.jp/hfk/en/index.html
Health Ingredients Japan 2003 7-9 octobre 2003 (Annuel) Tokyo International Exhibition Center Tokyo, Japan	**CMP Japan Co., Ltd.** Kanda 91 Bldg., 1-8-3 Kaji-cho, Chiyoda-ku' Tokyo, 101-0044, Japan Tél. : (81-3) 5296-1020 Téléc. : (81-3) 5296-1018 Courriel : info@cmpjapan.com Internet : http://www.hijapan.info
Foodex Japan 2004 9-12 mars 2004 (Annuel) Makuhari Messe (Nippori Convention Centre) Chiba City, Japan	**Japan Management Association** (Association de la gestion du Japon) 3-1-22 Shiba Koen Minato-ku Tokyo, Japan 105-8522 Tél. : (81-3) 3434-3453 Téléc. : (81-3) 3434-8076 Courriel : foodex@convention.jma.or.jp Internet : http://www2.jma.or.jp/foodex/en
SIAL China 2004 30 mars - 1er avril 2004 (Annuel) Shanghai New International Expo Centre Shanghai, China	**Exposium North America** c/o IMEX Management Inc. 505 East Boulevard, Suite 200 Charlotte, NC 28203 Tél. : (704) 365-0041 Téléc. : (704) 365-8426 Internet : http://www.sialchina.com

PRINCIPAUX ACTEURS

Les 20 principales entreprises de transformation des aliments du Japon appartiennent à des Japonais, sauf Néstle Japan, de propriété suisse. Kirin Brewery Co., un producteur de bière, de boissons gazeuses, de boissons alcoolisées et d'aliments fonctionnels, est la plus importante, suivie de Suntory Ltd., un fabricant de boissons, y compris de vins, de boissons alcoolisées, de bière et de boissons gazeuses, d'Asahi Breweries Ltd. et de Sapporo Breweries. Nippon Meat Packers Ltd. et Itoham Foods Inc. sont d'importants fabricants de produits de viande. Dans les segments des aliments surgelés et en conserve, de la confiserie et des nouilles instantanées, les principaux fabricants sont Nichirei Corp., Nippon Suisan KaishaLtd., Meiji Seika Kaisha Ltd. et Nisshin Foods.

Importateur net de produits agroalimentaires, le Japon compte sur les fournisseurs étrangers pour avoir une source fiable des principaux produits alimentaires. Ainsi, les pays asiatiques voisins sont d'importants fournisseurs de fruits et de légumes frais au Japon; ensemble, l'Asie du Sud-Est et la Chine correspondent à 27 % de toutes les importations. Les États-Unis sont un autre concurrent du Canada comme fournisseur important de produits agroalimentaires; ils détiennent 29 % du marché. Source importante de boeuf, de fruits et de légumes, l'Australie est aussi un important rival du Canada; elle se classe au troisième rang derrière la Chine comme fournisseur de produits alimentaires et détient un peu plus de 6 % du marché.

Position du Canada

Le Canada est aussi un acteur important sur le marché japonais, puisqu'il est le quatrième principal fournisseur de produits alimentaires après les États-Unis, la Chine et l'Australie. Le Japon est le deuxième marché d'exportations agricoles du Canada et correspond à plus de 35 % des exportations alimentaires canadiennes. En 2002, le Japon a importé pour environ 4,4milliards $ de produits agroalimentaires canadiens, soit 10 % de plus qu'en 2000. Les produits canadiens représentent près de 6 % des importations agroalimentaires totales du Japon.

Les fournisseurs canadiens ont connu tout particulièrement du succès en ce qui concerne l'exportation de porc, de produits du poisson, de céréales et de produits céréaliers, d'orge maltée et de canola. En 2002, les importations japonaises de produits de viande et de poisson canadiens ont dépassé légèrement 2,2milliards $, et près de 60 % consistaient en produits du porc. Le Canada est une des principales sources de céréales pour le Japon, ainsi que son seul fournisseur de blé dur; les exportations totales de blé canadien ont représenté environ 1,5 million de tonnes en 2002. Le Canada est aussi un important fournisseur d'orge maltée et de canola pour le Japon, fournissant 50 % (une valeur de 1,8 million $) et 80 % (une valeur de 600 millions $) respectivement de ces importations japonaises. De plus, le Canada fournit une orge de grande qualité qui entre dans la fabrication du thé d'orge omniprésent au Japon.

Les acheteurs japonais étant très sensibles à la salubrité des aliments, les sociétés canadiennes ont intérêt à citer le Cadre stratégique pour l'agriculture du Canada, qui fait clairement de la salubrité des aliments une priorité.

CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ

Bien que le marché agroalimentaire japonais soit ouvert à la concurrence, les exportateurs canadiens doivent être conscients des tarifs élevés qui sont appliqués à la plupart des importations de matières premières et d'aliments transformés à valeur ajoutée.

Le système japonais de distribution des aliments est caractérisé par plusieurs niveaux de distributeurs et de grossistes - dont beaucoup se spécialisent dans certains produits- qui ont forgé des relations étroites avec des fabricants, des détaillants, des importateurs et d'autres grossistes. Les distributeurs spécialisés s'occupent ordinairement de gammes de produits concurrentes et d'une partie ou de l'ensemble des activités publicitaires. Compte tenu de l'accord conclu, les distributeurs et grossistes peuvent aussi surveiller le soutien à la clientèle.

Récemment, de nouveaux modèles de distribution ont vu le jour au Japon. Tant les détaillants que l'industrie de la restauration voient le système de distribution comme un élément où il est possible de réduire les prix à la consommation. Beaucoup de sociétés ont commencé à importer directement de l'étranger ou envisagent de réduire le nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur. On peut s'attendre à une intensification de cette tendance avec l'accroissement de la présence et de la part de marché au Japon de détaillants étrangers comme Wal-Mart, Costco et la méga-chaîne européenne Carrefour.

Le choix du grossiste ou du distributeur approprié demeure néanmoins une étape cruciale dans l'accès au marché japonais. Une étroite collaboration avec un partenaire japonaise aide à faire en sorte qu'un produit satisfasse à toutes les règles, normes et conditions en matière de qualité, aspect indispensable pour réussir sur le marché japonais. On s'attend à ce que les producteurs communiquent fréquemment avec leur distributeur ou grossiste, ce qui exige généralement d'effectuer au moins un voyage par année au Japon. L'absence de correspondance est généralement considérée comme un manque d'engagement et mène inévitablement à un manque de communication et un désintérêt de la part du client. Une bonne communication de la part du fournisseur détermine aussi souvent le degré d'effort qu'un distributeur ou grossiste sera prêt à consentir pour faire valoir ses produits.

Il est dans l'intérêt des exportateurs canadiens d'avoir un plan logistique établi et efficient de livraison. Beaucoup de détaillants japonais ont une capacité limitée d'entreposage et requièrent des livraisons multiples. De plus, même s'il n'est pas toujours nécessaire d'avoir des permis d'importation pour la plupart des produits, il en faut pour le maquereau, le calmar, la poudre de lait, le beurre, le lactosérum, le cuir, le riz, le blé, la farine de riz et les préparations alimentaires à base de farine.

Les produits alimentaires importés doivent être certifiés par le ministère de la Santé, du Travail et du Bien-être (MHLW) du Japon avant de pouvoir être vendus sur le marché japonais. Les différentes variétés d'un même produit doivent toutes être certifiées individuellement. Pour éviter des retards ou dépenses inutiles à l'arrivée des produits au Japon, les exportateurs canadiens peuvent faire certifier leurs produits, avant de les expédier, par un laboratoire canadien approuvé par le MHLW. Une liste des ingrédients et une courte description du procédé de fabrication doivent accompagner le ou les produits envoyés au laboratoire.

De plus, le ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches (MAFF) du Japon exige certains certificats pour l'inspection en quarantaine des produits frais, comme la viande et les légumes (y compris de la viande et des légumes surgelés). Les exportateurs doivent consulter le MAFF ou l'Organisation japonaise du service extérieur (JETRO) pour s'assurer que toute expédition inclue tous les certificats nécessaires.

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Au Canada

Ambassade du Canada au Japon
7-3-38 Akasak, Minato-ku
Tokyo, Japan 107-8503
Contact : M^{me} Caroline Charette, déléguée commerciale
Tél. : (81-3) 5412-6200
Téléc. : (81-3) 5412-6247
Courriel : tokyo.fn@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.infoexport.gc.ca/jp

Consulat général du Canada à Osaka
Daisan Shoho Bldg., 12th Floor
2-2-3 Nishi-Shinsaibashi, Chuo-ku
Osaka, Japan 542-0086
Contact : M. Toshihisa Seki, agent commercial
Tél. : (81-6) 6212-4910
Téléc. : (81-6) 6212-4914
Courriel : osaka-td@dfait-maeci.gc.ca

Consulat du Canada à Fukuoka

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)
59, prom. Camelot
Ottawa (Ontario) K1A 0Y9
Tél. : (613) 225-2342
Téléc. : (613) 228-6125
Courriel : cfiamaster@inspection.gc.ca
Internet : http://www.cfia-acia.agr.ca

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Internet : http://www.dfait-maeci.gc.ca

Centre des occasions d'affaires internationales (COAI)
Tél. : (613) 944-6000
Téléc. : (613) 996-2635
Courriel : iboc@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.iboc.gc.ca

Chuo-ku FT Bldg., 9th Floor
4-8-28 Watanabe Dori
Fukuoka, Fukuoka-ken, Japan 810-0004
Contact : Mme Josiane Simon, déléguée commerciale
Tél. : (81-92) 752-6055
Téléc. : (81-92) 752-6077
Courriel : josiane.simon@dfait-maeci.gc.ca

Consulat du Canada à Nagoya
Nakato Marunouchi Bldg., 6th floor
3-17-6 Marunouchi, Naka-Ku, Nagoya-Shi
Aichi Prefecture, Japan 460-0002
Contact : M. Jeff Kucharski, délégué commercial
Tél. : (81-52) 972-0450
Téléc. : (81-52) 972-0453
Courriel : jeff.kucharski@dfait-maeci.gc.ca

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAAC)
Bureau des marchés internationaux
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A OC5
Contact : Mme Anne-Michelle Bareil, agente principale, Développement des marchés internationaux
Tél. : (613) 759-6158
Téléc. : (613) 759-7506
Courriel : bareila@agr.gc.ca
Internet : http://www.agr.gc.ca

Direction du Japon (PJP)
Contact : M. Robert Lazariuk, délégué commercial
Tél. : (613) 992-6185
Téléc. : (613) 944-2397
Courriel : robert.lazariuk@dfait-maeci.gc.ca

Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Contact : M. Richard Philippe, délégué commercial
Tél. : (613) 995-1773
Téléc. : (613) 943-1103
Courriel : richard.philippe@dfait-maeci.gc.ca

Contact : Mme Jennifer Gowan, analyste des marchés internationaux
Tél. : (613) 996-1835
Téléc. : (613) 943-1103
Courriel : jennifer.gowan@dfait-maeci.gc.ca

Exportations et développement Canada (EDC)
151, rue O'Connor
Ottawa (Ontario) K1A 1K3
Tél. : (800) 850-9626 or (613) 598-2500
Téléc. : (613) 237-2690
Courriel : export@edc4.edc.ca
Internet : http://www.edc-see.ca

Au Japon

Ambassade du Japon au Canada
255, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1N 9E6
Tél. : (613) 241-8541
Téléc. : (613) 241-2232
Courriel : consul@embjapan.ca
Internet : http://www.ca.emb-japan.go.jp

Japan External Trade Organization (JETRO)
(Organisation japonaise du commerce extérieur)
JETRO Headquarters
2-5 Toranomon 2-chome
Minato-ku, Tokyo 105-8466
Tél. : (81-3) 3582-5511
Téléc. : (81-3) 3587-0219
Internet : http://www.jetro.go.jp

Bureaux de JETRO au Canada
JETRO au bureau régional d'AAAC
Guelph (Ontario)
Contact : M. Takashi Harada, conseiller principal en commerce

JETRO (suite)
JETRO à Toronto
181, avenue University, pièce 600
Toronto (Ontario) M5H 3M7
Tél. : (416) 861-0000
Téléc. : (416) 861-9666

JETRO à Vancouver
World Trade Centre
660-999 Place du Canada
Vancouver (C.-B.) V6C 3E1
Tél. : (604) 684-4174
Téléc. : (614) 684-6877

Japanese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
(ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches du Japon)
1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku
Tokyo, Japan 100-8950
Tél. : (81-3) 3591-2874
Téléc. : (81-3) 3501-3720
Internet : http://www.maff.go.jp

Ministry of Health, Labour and

Tél. : (519) 837-5888
Téléc. : (519) 837-9782
Courriel : haradat@agr.gc.ca

JETRO à Montréal
1 Ville Marie Place, Suite 1506
Montréal (Québec) H3B 2B5
Tél. : (514) 879-5617
Téléc. : (514) 879-5618

Welfare
(ministère de la Santé, du Travail et du Bien-être)
1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku
Tokyo, 100-8916 Japan
Tél. : (81-3) 5253-1111
Courriel : http://www-admin@mhlw.go.jp
Internet : http://www.mhlw.go.jp

BIBLIOGRAPHIE

Agriculture et Agroalimentaire Canada. « Profil du secteur agroalimentaire - Japon », février 2003. Téléchargé de **http://atn-riae.agr.ca/asia/e2982.htm** le 30 juin 2003.

------. « Les ministres de l'Agriculture annoncent une aide de 460 millions de dollars destinée à l'industrie bovine », 18 juin 2003. Téléchargé de **http://www.agr.gc.ca/cb/news/2003/n30618ae.html** le 16 juillet 2003.

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce extérieur. « Le marché des ingrédients et des additifs au Japon », août 2001.Téléchargé de **http://www.infoexport.gc.ca/ie-en/DisplayDocument.jsp?did=6072** le 7 juillet 2003.

Euromonitor. *The Market for Packaged Food in Japan--Introduction, Executive Summary, Market Background, Packaged Food and Confectionery*, février 2003.

------. *The Market for Package Food in Japan--Snack Bars, Meal Replacement Drinks, Ready Meals, Soup, Pasta, Noodles, Canned Foods*, février 2003.

United States Department of Agriculture. *Foreign Agricultural Service GAIN Report.* « Japan Market Brief for Japanese Food Processing Sector », février 2003. Téléchargé de **http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200302/145884734.pdf** 30 juin 2003.

World Trade Atlas. « Japan Imports from the World », *Japan Customs*. 2002.

SITES INTERNET UTILES

Agriculture et Agroalimentaire en ligne :
http://www.agr.gc.ca

Service d'exportation agroalimentaire :
http://ats.agr.ca/general/home-f.htm

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international :
http://www.dfait-maeci.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international Ni-Ka en direct (renseignements sur les relations Canada-Japon) :
http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka

ExportSource :
http://exportsource.ca

Food Industry Japan :
http://www.foodindustryjapan.com

InfoExport :
http://www.infoexport.gc.ca

Organisation japonaise du commerce extérieur (JETRO):
http://www.jetro.go.jp

Japan Information Network. Statistics:
http://www.jinjapan.org/stat

Ministère des Affaires étrangères du Japon :
http://www.mofa.go.jp

Ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie :
http://www.meti.go.jp

Strategis :
http://strategis.gc.ca

---

1. Le gouvernement du Canada a préparé ce profil sectoriel à partir de sources d'information primaires et secondaires. Les lecteurs sont priés de noter que le gouvernement du Canada ne garantit l'exactitude d'aucun élément d'information que renferme ce document ni n'appuie les organisations nommées dans ce document. Ils ont intérêt à vérifier eux-mêmes l'exactitude et la fiabilité de l'information.

2. Sauf indication contraire, tous les montants sont en dollars canadiens. Le taux de conversion au dollar canadien vient d'IDD Information Services, *Tradeline*, juin 2003.

3. Les coordonnées des principales organisations mentionnées dans ce rapport se trouvent dans la section **Principaux contacts et services de soutien**.